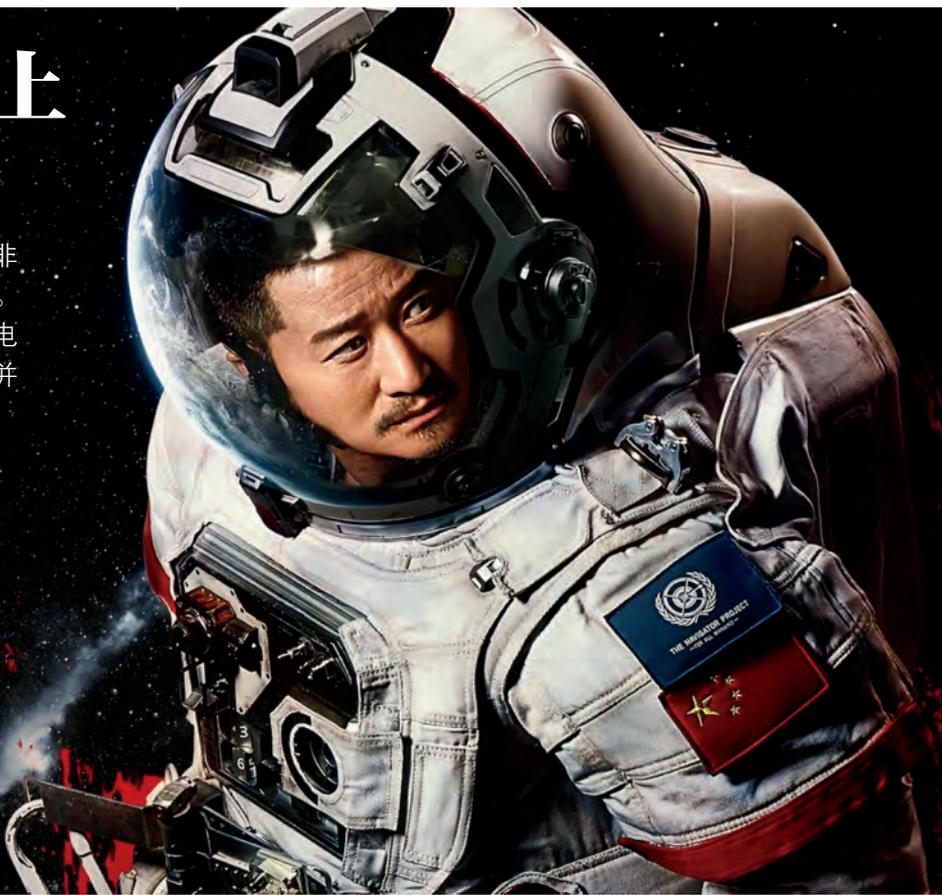


当好莱坞遇上“华莱坞”

进口分账片及其商业化模式并非“引狼入室”，而更像是“鲑鱼效应”。分账片进入中国的30年，也是中国电影在与好莱坞的竞合关系中获得成长并走向成熟的历程。

□ 记者 | 刘朝晖



从1994年好莱坞大片《亡命天涯》引入国内分账放映起，关于引进大片究竟将“激活”还是“毁灭”中国电影，持续数年都是圈内最富争议的话题之一。一部部好莱坞巨制，凭借惊人的视觉效果、紧凑的剧情设计以及深入人心的角色塑造，赢得了中国观众的热烈拥护，一度霸占中国年度票房榜单前几位。

如今回头看，进口分账片及其商业化模式并非“引狼入室”，而更像是“鲑鱼效应”，即作为外来刺激，促进了中国电影产业模式的变革与转型升级。分账片进入中国的30年，也是中国电影在与好莱坞的竞合关系中获得成长并走向成熟的历程。

近年来，“叫好又叫座”的国产电影在激烈的市场竞争中表现亮眼，国产电影的市场占比连续多年高达80%以上……这不仅是国产电影高质量发展的实证，更是显著增强的文化自信的生动诠释。

从好莱坞营销手段得启发

上世纪90年代初期的中国电影市场，正遭遇着一段萎靡不振的艰难时光。一个拥有十亿人口的国家，年票房竟然不超过10亿元。1979年全国电影观众人次还有293亿，而到1994年下降到了3亿。人们对于观影的消费，更多的来自于录像厅中的港台录像带。海外分账

上图：《流浪地球》实现了中国电影在科幻题材的突破，是中国科幻电影的里程碑之作，自上映以来在全球范围内引发了广泛的关注和讨论。

影片的引进，终结了这种尴尬的局面。

1994年首部分账影片《亡命天涯》的引进，取得2580万元的票房成绩，刷新了票房纪录。其后，《真实的谎言》《泰坦尼克号》《变形金刚》等好莱坞巨制如潮水般涌入，以其磅礴的特效、紧凑的剧情、深入人心的角色塑造，一度占据了中國年度票房榜的半壁江山。进入21世纪，随着中国电影市场的逐步开放与消费能力的提升，好莱坞大片的票房神话不断被刷新。2019年，《复仇者联盟4》以超过42亿元人民币的惊人成绩，树立了好莱坞影片在华最高票房纪录。

国产电影迅速开始了对引进大片商业营销手段的模仿、学习与运